

LIMES
PLUS

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

**DIGITALNI SVET
MAPIRANJA KULTURNE
GEOGRAFIJE**

Deo II

**OD UMETNOSTI I NASLEĐA
DO KULTURNIH I KREATIVNIH
INDUSTRIJA**

MAPIRANJE KULTURNE GEOGRAFIJE KROZ DRAMSKU I POZORIŠNU BAŠTINU: POTENCIJAL FESTIVALA GRAD TEATAR BUDVA U OBLASTI KREATIVNIH INDUSTRIJA

Janko Ljumović¹

Fakultet dramskih umjetnosti

Univerzitet Crne Gore

Cetinje, Crna Gora

Sažetak. Dio repertoara festivala Grad teatar Budva kreiran na osnovu dramskih tekstova koji se baziraju na lokalnoj kulturnoj istoriji predstavlja izuzetan potencijal za produkciju sadržaja u domenu kreativnih industrija. Upravo je takav sadržaj bio jedan od ključnih elemenata kreiranja identiteta festivala. Govorimo o predstavama koje su postale dio memorije zajednice, one su galerija stvarnih i imaginarnih junaka (Kanjoš Macedonović, Konte Zanović, Don Krsto, Jegorov put, Skočidevojka i dr.). Mapiranje prostora izvođenja tih predstava govori i o živim mjestima društvene dinamike, koja razvojem projekata produkcije kulture sjećanja u oblasti kreativnih

¹ jankolj@ucg.ac.me.

industrija mogu takve prostore učiniti mjestima koja materijalizuju sjećanje na svoje junake. Na taj način može se kreirati inovativna kulturna geografija upotrebom dizajna, multimedije, fotografije, kao i produkcije izdavaštva kroz kreiranje artefakata koji predstavljaju merčedajzing produkciju (program) samog festivala. Plasman proizvoda baziran na autorskim djelima umjetnika i kreativnih preduzetnika koji interpretiraju dramsku i pozorišnu baštinu festivala može biti određen kulturološkim i ekonomskim ciljevima. Takvi novi proizvodi mogu biti postavljeni u javnom prostoru, ali još važnije mogu biti predmet distribucije i prodaje na tržištu art suvenira, kao primjeri osobene i inovativne umjetničke ponude.

Ključne riječi: kulturna istorija, dramska baština, pozorišna produkcija, kulturna geografija, kultura sjećanja, kreativne industrije, merčedajzing

Dramsko i pozorišno nasljeđe festivala Grad teatar Budva predstavlja uzbudljivu priču o gradu i teatru. Više od tri decenije festival kreira repertoar unutar koga posebno mjesto zauzimaju praišvedbe dramskih tekstova crnogorskih i regionalnih autora koje su jedan od njegovih ključnih označitelja. Arhiv dramskih tekstova u produkciji festivala naslonjen na tematski krug budvanske i crnogorske kulturne istorije posebno se izdvaja u sagledavanju identiteta festivala i njegove pozicije unutar pozorišnog i kulturnog atlasa Crne Gore. Takva pozicija festivala Grad teatar Budva otvara prostor njegovog čitanja unutar metodologije koju pruža kulturna geografija, odnosno istraživanje narativnog i performativnog upisivanja stvaralaštva u materijalnost mjesta. Ugrađivanje prostora i ličnosti u dramske tekstove nije osobenost pozorišnog entiteta o kome govorimo, to je ukupno iskustvo dramske književnosti, kako dramske baštine, tako i savremene drame. Novinu predstavlja mogućnost da se nasljeđe jednog pozorišnog iskustva trajno upiše u materijalnost mjesta, što je i ključno problemsko pitanje ovog rada. Materijalizacija krajolika

fantazije u polju književnosti, koju zastupa i istražuje Laura Šakaja, daje odgovore na pitanja kako „fikcionalna djela koja tematiziraju pojedine regije nude bogatu interpretaciju krajolika prošlosti i utječu na realna mjesta što ih romani fikcionaliziraju“ (Šakaja 2015, 271). Polje tekstualnih žanrova, osim književnosti, može se proširiti i na druge umjetnosti, poput slikarstva, filma ili pozorišta, uz napomenu da materijalizacija krajolika fantazije nije polje potencijalnog označavanja isključivo prostora, već predstavlja mogućnost transponovanja dramskog i pozorišnog nasljeđa unutar produkcije sadržaja u polju kreativnih industrija. Tako postavljen okvir čitanja dovodi nas do drugog ključnog pojma iz naslova rada, do kreativnih industrija. Njihovo uže konceptualno određenje odnosi se i na kreativne aktivnosti neindustrijskog tipa u koje spadaju vizuelne umjetnosti, izvođačke umjetnosti i kulturna baština i kreativne poslovne aktivnosti poput dizajna i oglašavanja. Govorimo primarno o umjetničkoj kreativnosti zasnovanoj na imaginaciji koja ima sposobnost da proizvede originalne ideje i nove načine interpretacije upotrebom različitih materijalnih i nematerijalnih izraza.

Mapiranje prostora izvođenja ambijentalnog pozorišta ili pozorišta na otvorenom ujedno predstavlja i mapiranje prostora društvene dinamike ili svakodnevnog života, koji razvojem projekata produkcije u oblasti kreativnih industrija mogu takve prostore učiniti mjestima materijalizacije sjećanja na svoje pozorišne junake. Na taj način može se kreirati inovativna kulturna geografija upotrebom dizajna, multimedije, fotografije, kao i produkcije izdavaštva kroz kreiranje artefakata koji predstavljaju merčedajzing produkciju (program) samog festivala, samostalno ili kroz partnerstvo sa drugim subjektima. Plasman proizvoda baziran na novim i autorskim djelima umjetnika i kreativnih preduzetnika koji interpretiraju dramsku i pozorišnu baštinu festivala može biti određen kulturološkim i ekonomskim ciljevima. Takvi novi proizvodi mogu biti postavljeni u javnom prostoru, ali još važnije mogu biti predmet distribucije i prodaje na tržištu art suvenira, kao primjeri osobene i inovativne umjetničke

ponude. Ovako postavljen koncept ulazi u polje kulturne vrijednosti koja je neodvojiva od institucije unutar koje nastaje.

Širenje opsega diskursa prihvatanjem elemenata istorijskih, društvenih, simboličkih, estetskih i duhovnih, koje čine srž svake kulture, kao i građenje legitimiteta kroz praksu, procese i bilježenje dobrih odluka o kojima govori Džon Holden u svojoj studiji *Budućnost kulturne vrijednosti* (Holden 2016, 57), predstavlja dodatnu liniju čitanja i sagledavanja projektne ideje za diverzifikaciju programskog djelovanja festivala Grad teatar Budva. Takav pristup otvara i potencijalni razvoj strateškog djelovanja koji se označava kao komercijalizacija djelatnosti ustanova kulture koja je na globalnom planu postala važna odrednica savremene kulture i njene ekonomske funkcije na globalnom nivou. Kada govorimo o kulturnoj baštini, njen važan segment su muzeji, koji najbolje svjedoče navedenim procesima. Toni Smit ističe, posebno u oblastima savremene kulture, primjere savremenih umjetničkih muzeja koji nude inspirativan sadržaj za posjetioce, ekonomsku korist za lokalitet i okruženje, brda kulturnog kapitala za sve učesnike, i najnoviji, najuzbudljiviji dizajn i posljednju riječ tehnologije, a jedna njegova napomena o muzejima značajna je za ideju predmetnog rada i može biti inspirativna za razvoj projektne ideje festivala Grad teatar. „Muzeji su postali mesta opšte spektakularizacije kulture, potrebe da baš sve (istorija, državna uprava, gradovi, novi filmovi, kulturno nasleđe, prirodni fenomeni, istaknute javne i privatne funkcije, čak i sami mediji) bude pretvoreno u 'atrakciju', tj. mesto-događaj“ (Smit 2013, 245).

Važno je još jednom istaknuti pojam *materijalnosti fantazije krajolika* koji predstavlja izazov sličan onom s kojim se suočava i sama pozorišna predstava kada ostvaruje sopstvenu materijalnost tragom dramskog teksta ili drugog predloška u procesu pozorišne režije. Ona je ispunjena svim materijalima, vidljivim ili opipljivim, dovedenim na pozorišnu scenu ili u prostor u kome se odigrava izvedba, a lista ovih materijala je beskrajna i ponekad neočekivana, ističe Patris Pavis objašnjavajući

pojam *materijalnosti* u pozorištu. Pavis zaključuje da nam materijalni tragovi umjetničke produkcije, odnosno „materijalni tragovi ovih dela iz prošlosti pomažu da rekonstruišemo istoriju ovih meteorita, da otvorimo arhive, da navedemo ovu materiju koja se činila nemom da progovori“ (Pavis 2021, 178). Na taj način sagledavamo dramski i pozorišni arhiv, ali i druge artefakte od značaja za rekonstrukciju pozorišnog čina, ili kako pozorišno sjećanje prevesti u materijalni iskaz, kako materijalizovati jedno iskustvo koje je privremeno postojalo unutar materijalnosti scene i teksta, materijalnosti izvedbe.

Ovako postavljen teorijski okvir za razvoj projektne ideje/istraživanja dovodi nas do još jednog važnog pitanja, a to je pitanje osviještene baštine, kao nužnog preduslova za njenu sistemsku valorizaciju. „Samo postojanje baštine ne znači da postoji svijest o njezinoj važnosti niti da ona sudjeluje u stvaranju osjećaja identiteta njezinih nositelja (osobnog, lokalnog, regionalnog ili nacionalnog). Tek prepoznavanjem i spoznajom mogućnosti koje nude različiti oblici valorizacije baštine u kontekstu i funkciji održivog razvoja, stvorit će se preduvjeti gospodarskog prosperiteta, a time i pretpostavke njezine veće zaštite“ (Ivanišević 2020, 241).

U odnosu na ostala kulturna dobra, dramska i pozorišna baština rijetko je vidljiva na sadržajan ili inovativan način, osim u krugu znamenitih dramskih i pozorišnih klasika. Tragom navedenog citata možemo navesti dva primjera, jedan pripada globalnoj pozorišnoj i turističkoj mapi (i atrakciji), dok je drugi primjer regionalnog karaktera, važan unutar nacionalne kulture. Prvi je svjetski poznato pozorište, obrazovni centar i kulturna znamenitost na obali Temze u Londonu – Teatar *Globe* (*Shakespeare's Globe*), replika ovalnog pozorišta na otvorenom koje je Šekspir dizajnirao 1599. godine. Jedna od važnih programskih linja djelovanja institucije jeste kreiranje proizvoda (suvenira) za prodaju. Linija dizajnerskih proizvoda različite namjene inspirisana Šekspirovim djelima jedan je od najreprezentativnijih primjera kreativnih industrija

u oblasti teatra.² Drugi primjer predstavlja muzej posvećen velikanu hrvatske dramaturgije, komediografu Marinu Držiću u Dubrovniku – Dom Marina Držića.³ Muzej je otvoren 1989. godine kao muzejski i edukativno-dokumentacioni centar, kao značajna pozorišna referenca renesansnog Dubrovnika, koji na taj način pozicionira svog znamenitog građanina, čije djelo korespondira sa evropskom renesansom. Poveznica navedenih promjera jeste promocija hrvatskog Šekspira, kako je bila naslovljena izložba *Marin Držić – hrvatski Shakespeare: Iz riznice hrvatske i europske književne i kulturne baštine*, realizovane u Milanu 2021. godine u organizaciji Grada Dubrovnika, Doma Marina Držića i Nacionalne biblioteke *Braindese* iz Milana. I jedan i drugi primjer u fokus baštine, kao i kreativnih industrija, stavljaju dramski tekst, ali možemo reći da je dramska književnost neodvojiva od iskustva njene izvedbenosti, tako da možemo govoriti o jedinstvenosti dramskog i pozorišnog nasljeđa.

Uporište da stvaralaštvo unutar pozorišne/scenske/izvedbene umjetnosti tretiramo kao kulturnu baštinu nalazimo u Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972. godine koja je naknadno na 32. Generalnoj skupštini UNESCO proširena za definiciju nematerijalne kulturne baštine (engl. *intangible culutural heritage*). Ta vrsta baštine prvenstveno označava praksu, prezentaciju i ekspresiju, kao i pridružena znanja i neophodne vještine koje zajednice, skupine i u pojedinim slučajevima pojedinci prepoznaju kao dio svoje kulturne baštine. Nematerijalna kulturna baština, koja se ponekad naziva i živućom kulturnom baštinom, između ostalog se manifestira u sljedećim domenima: usmena tradicija, izričaj i jezik; scenska umjetnost; društvena praksa, rituali i svečanosti; znanja i praksa o prirodi i svemiru; tradicijski obrti (Jelinčić 2008, 32). Istorija savremenog crnogorskog teatra bilježi jedan zanimljiv pozorišni događaj u okviru KotorArt festivala, premijeru Krležine *Salome* u režiji Branka Brezovca (2010) u kome je došlo do neposrednog susreta između

² <https://shop.shakespearesglobe.com/> (pristup: 2. 5. 2022).

³ <https://muzej-marindržic.eu> (pristup: 2. 5. 2022).

pozorišta i nematerijalnog kulturnog dobra koje je na UNESCO Listi nematerijalne kulturne baštine – Bokeljske mornarice. Predstava *Saloma* bila je koprodukcija festivala KotorArt, zagrebačkog festivala Eurokaz, Muzeja suvremene umjetnosti Zagreb i Zagrebačkog kazališta mladih.⁴ Čitanje ambijentalnog teatra kao prožimanja između prostora i umjetničkog djela koje nastaje utiskuje u duh mjesta novu memoriju, nastaje nova vrijednost/djelo koja determiniše urbani ili prirodni prostor. Kako je to „novo djelo“, tj. predstava prolaznog karaktera, ograničeno u životnom vijeku projekta, koncept rada dodatno se temelji na ideji da dramsko i pozorišno nasljeđe može biti zaista „trajno“. Trajno u potrebi kontinuiteta stvaralaštva, ovog puta u domenu artefakata u oblasti kreativnih industrija.

Grad teatar Budva započeo je svoj život 1987. godine sa idejom da bude festival koji nudi presjek savremenih ostvarenja pozorišnog, književnog, muzičkog i likovnog stvaralaštva. Unutar njegovog multidisciplinarnog karaktera, pozorišni segment uz književni program pod nazivom *Trg pjesnika*, predstavlja njegov najznačajniji segment. Njegov ljetnji karakter, i to što je nastao da bi se kroz umjetničku produkciju udahnuo život obnovljenom Starom gradu u Budvi, reflektovalo je njegovu misiju da bude važan segment turističke ponude Budve. Kako se ističe na zvaničnoj internet adresi,⁵ festival Grad teatar je svoj renome potvrdio „kvalitetom produkcijske djelatnosti kojom preispituje autentično kulturno naslijeđe Budve i Crne Gore i njegovo implementiranje u savremene modele umjetničkog djelovanja“. Dramski program je

⁴ Izvod iz pozorišne kritike: „*Saloma* je delo visokoestetizovanog, antirealističkog teatra, ostvarenog u krajnje specifičnom stilu, između dramskog i muzičkog izraza. Pomalo sablasno, a simbolički potentno, maskirani glumci, ozvučeni mikrofonom-bubicama, izuzetno sugestivno, sa ujednačenim kvalitetom i efektnošću nastupa, igraju i pevaju dramu borbe za moć, neumoljivog ponavljanja istorije, nemoći pojedinca. Pored glumaca Zagrebačkog kazališta mladih (Katarina Bistrović Darvaš – *Saloma*, Daniel Ljuboja – *Kajo Antonije*, Damir Šaban – *Tetrarka*), u predstavu je uključen kotorski ženski hor 'Moderato kantabile', kao i zbor Bokeljske mornarice, što bitno doprinosi formalnoj i poetskoj atraktivnosti predstave“. <https://www.politika.rs/sr/clanak/142588/Kulturni-dodatak/Krlezin-svet-u-pokretnoj-kocki> (pristup: 3. 5. 2022).

⁵ <https://gradteatar.me> (pristup: 2. 5. 2022).

svih ovih godina posebno privlačio pažnju javnosti samostalnim produkcijama i koprodukcijama, koje su predstavljale centralne događaje festivala. U svom trajanju prolazio je različite faze razvoja, kao i linije podrške, imao uspjehe i krize (programske, organizacione, institucionalne i finansijske), ali je u jednom imao svoj kontinuitet: primarno je bio i ostao budvanski, festival koji ima zavidnu reputaciju u savremenoj kulturi Crne Gore. Njegov životni ciklus prelama podjednako turbulentne društvene i političke okolnosti, koje su imale odraza i uticaja na njegov identitet. „Grad teatar Budva je promijenio četiri države u svom trajanju – SFRJ, SRJ, SiCG i konačno od 2006. godine dio je festivalske mape Crne Gore, nakon njene obnovljene nezavisnosti. Ali je uvijek bio primarno budvanski, može se reći i samouvjereno budvanski. Nijesu se samo države mijenjale, i grad se mijenjao – od mirnog obnovljenog grada kome je trebalo udahnuti uzbuđenje kroz umjetnost, osvojiti spektaklima trgove i prostore, do haotičnog grada kroz termin budvanizacija, kao primjer lošeg urbanizma i arhitekture, pokrenutog haotičnim tranzicijskim devedesetima XX vijeka“ (Ljumović 2020, 68). U takvom kontekstu koji se posebno krizno odrazio ulaskom u XXI vijek, može se reći da se njegova glavna borba očituje u rješavanju prostora scenskog izvođenja dramskog programa, čiji je ishod uticao i na njegov repertoar. Nesporno utemeljen kao pozorište na otvorenom, na različite načine je uspostavljao produkcije ambijentalnog pozorišta koje je potrebno razlikovati od termina i produkcije pozorišta na otvorenom. U već citiranom dijelu rada povodom trideset godina festivala, važno je istaći i sljedeće: „Umjetnost pozorišta u susretu sa prostorom grada, kroz ambijentalno pozorište tvori posebnu memoriju koja postaje njegov dio i kada taj prostor opet bude ono što je bio prije pozorišnog čina. To je produktivna memorija koja stvara nove vrijednosti. Možda je to duh mjesta, koji se pronalazi, ali koji se i stvara. Moć pozorišta da ga stvara, otkriva i pojačava je velika. Duh mjesta je odredio mnoge nove pozorišne vizije i iluzije tokom XX vijeka.“

Naročito je izazovno razmišljati o dramskoj i posebno pozorišnoj baštini, koja prestankom izvođenja predstave, odnosno okončanjem životnog ciklusa pozorišne predstave nema svoj adekvatan materijalni izraz kao cjelovito umjetničko djelo. Naslovi ostaju u sjećanju zajednice, a kada su posebno naslonjeni na kulturnu istoriju oni se mogu nasloniti i na skup drugih artefakata na čijim temeljima su i nastale (književna baština, arhivski dokumenti, muzeološki predmeti, predanja, legende itd.). Takav repertoar ključno determiniše simbolički sadržaj jednog festivala i njegovu prepoznatljivost, a „od kvaliteta simboličkog nadražaja koje festival unosi u društvenu svakodnevicu zavisi koji će sve segmenti jednog društva i sa kojim intenzitetom uopšte doživjeti festival, odnosno hoće li učinak festival premašiti opseg festivalske publike“ (Stojković 2002, 149). Širenje opsega publike zavisi i od toga da li kroz repertoar, odnosno predstave koje ga čine, možemo širiti lepezu nove programske produkcije. Odgovor na to pitanje upravo nas dovodi do kreativnih industrija ili jednog programskog luka koji u svijetu kolektivnih umjetnosti zovemo merčedajzing. Merčedajzing je marketinški termin, koji se definiše kao prodaja jednog proizvoda, označenog specifičnim dizajnom, slikom, logotipom ili drugim znakom radi promocije glavnog proizvoda, koji se na taj način brendira ili se time učvršćuje kao brend.

Merčedajzing je odavno na svjetskom nivou postigao svoju afirmaciju na tržištu kulture, i sasvim se dobro naslonio na sve relevantne definicije postmodernističkih identiteta i potrebu za kreativnom dokolicom. Umjetnički proizvod – film, književnost, muzika, pozorište, mjuzikl ili opera – dobio je priliku da živi i kao roba na tržištu. Iako ga dominantno vezujemo za popularnu kulturu, on je postao realnost i u prostoru elitne kulture. Njegova ekspanzija se otvorila prodajom preko interneta, a svaka renomirana umjetnička institucija danas je nezamisliva bez kvalitetnog i kreativnog art-šopa u kome pronalazimo niz različitih artefakata koji referišu na njihove proizvode ili kolekcije.

Merčendajzing u pozorištu može da se primjeni na osnovu produkcija koje su ostvarile značajan uspjeh kod publike, on je u konačnom povezan sa uspješnim predstavama koje su imale dug životni vijek izvođenja, veliku posjećenost i lojalnost publike, kao i uspješnu stručnu valorizaciju od strane pozorišne kritike i učešća na drugim pozorišnim festivalima i gostovanjima. Govorimo o merčendajzingu koji se naslanja na baštinu, ali njegovo uvođenje ima razvojni potencijal i za nove oblike produkcije sadržaja koja determiniše u konačnom razvoj brenda samog festivala.

Pozorišna produkcija o kojoj govorimo u ovom radu naslanja se na produkciju ambijentalnog pozorišta, što predstavlja važan element u njenoj identifikaciji, kao i reprezentaciji crnogorskog savremenog pozorišta, koncept ambijentalnog pozorišta koje u svojoj memoriji nose mnogi crnogorski gradovi i festivali. Pozorište je na taj način postalo medij stvaranja nove kulturne geografije, mjesto prožimanja estetskog i društvenog, mjesto inovativnih umjetničkih i produkcijskih strategija koje predstavljaju snažan kulturni kapital. Pozorišni festivali na otvorenom grad koriste kao dekor, kakav god da on jeste, jer „gradski dekor se snažno nameće i njegove arhitektonske, društvene, ekonomske komponente predstavljaju podatke koje treba uzeti u obzir u izboru i podesnosti pozorišnog pokreta“ (Lajak 2000, 85). Umjetnost pozorišta u susretu s prostorom grada, kroz ambijentalno pozorište tvori posebnu memoriju koja postaje njegov dio i kada taj prostor opet bude ono što je bio prije pozorišnog čina. To je produktivna memorija koja stvara nove vrijednosti. Festivalaska produkcija na otvorenom računa na spektakularnost upravo upotrebom gradskih prostora koji olakšavaju vizuelno uživanje i dodatno intenziviraju trenutke zajedničkog prisustva, a njihov izbor ima simbolički i društven značaj (Ričards i Palmer 2013, 111). Postavlja se pitanje kada se završi predstava, odnosno iscrpi upotreba takvih prostora, da li oni mogu da čuvaju memoriju na umjetničku produkciju. Na koji način upisati iskustvo pozorišta na takvim mjestima, koja na različite načine žive svoj život u stvarnom životu,

u društvenoj dinamici grada, bilo da govorimo o javnim prostorima grada bilo o neobičnim ili napuštenim prostorima njegove periferije.

Rad mapira naslove festivalskog repertoara koji pripadaju savremenoj crnogorskoj dramaturgiji i koje za svoje polazište imaju teme lokalne kulturne istorije Budve i njene okoline. Na osnovu tog pregleda kao studija slučaja na kojoj se konkretizuje projektna ideja izdvojimo dvije produkcije festivala – predstave *Kanjoš Macedonović* i *Konte Zanočić*.

Predstavom *Kanjoša Macedonovića* (1989) Vide Ognjenović započet je ciklus predstava koje su reafirmisale književnu riznicu budvanskog podneblja. Prva izvedba *Kanjoša Macedonovića* odvijala se na tri lokacije, u dvorištu manastira Praskvica, zatim u maslinjaku u blizini Miločera, dok je treći čin izveden u gradskoj luci ispred budvanske tvrđave. Autorka drame nastale na dramatizaciji djela Stjepana Mitrova Ljubiše i rediteljka predstave antropološku utemeljenost i estetiku dramskog teksta i predstave crpi iz duhovnosti junakovog socijalnog i mitološkog okruženja. Kritika ističe da je Vida Ognjenović tkala svoj književni materijal veoma brižljivo sakupljanom, biranom leksikom, sa izuzetnim poznavanjem narodnog govora i sluhom za njegovu škrtu rečitost, ironiju i mekotu, oporost i milozvučje, za sve one nijanse koje traju u jeziku kao najtačnija i istovremeno najapstraktnija znamenja kulture, kao i elemente scenografije Miodraga Tabačkog, krilatog lava, zaštitnika Mletačke republike ili staklenih golubova koji su svjetlucali na pločniku kao bizarne igračke (Simović 1998). Druga izvedba, nova premijera *Kanjoša Macedonovića*, takođe u režiji Vide Ognjenović, desila se na festivalu 2011. godine u koprodukciji sa Narodnim pozorištem u Beogradu. Iste godine, a povodom 25 godina festivala, premijerno je izvedena i druga predstava koju smo izdvojili za analizu – *Konte Zanočić* u režiji Radmile Vojvodić, kao repertoarska posveta naslovima koji su obilježili trajanje i identitet budvanskog festivala Grad teatar.

Stjepan Mitrov Ljubiša (1822–1878) bio je znameniti budvanski političar i književnik. Politika i književnost bile su dvije paralelne

orijentacije mladog Budvanina. Poslove javne uprave u doba vladavine Beča jadranskom obalom (poslanik u Dalmatinskom saboru i Carskom vijeću) u vrijeme narodnog preporoda obavljao je sa velikim žarom i izdejstvovao nekoliko povlastica za prostore Dalmacije i Boke, prije svega uvođenje narodnog jezika u zvaničnu upotrebu u sudovima ili recimo mogućnost dobijanja stipendija za školovanje u Beču pravoslavne omladine.

Svoj rad u oblasti književnosti započeo je prevođenjem sa italijanskog (Ariosta, Horacija, Daneta, Tacita). Lista pisaca koje je Ljubiša prevodio i čitao indikativna je kao filijacija mediteranskog teksta i konteksta (Medigović Stefanović 2018, 138). Njegovo najpoznatije djelo su priče sa istorijskom tematikom koje se prepliću sa legendama, zbirka *Pripovjesti crnogorske i primorske* (1875). Prije njih je objavljivao i pojedinačne priče od kojih je pripovjetka „Kanjoš Macedonović“ (1870) jedna od njegovih najpoznatijih priča sa izuzetnim dramskim potencijalom. Kanjoš Macedonović je najpoznatiji književni junak Budve i Paštrovića, junak koji se borio s gorostasnim neprijateljem venecijanskog dužda da bi poboljšao položaj svojih Paštrovića. Prije megdana sa Furlanom, kada su Kanjoša vidjeli omalenog rasta, Rektor da Molin upućuje mu riječi: „A mi se nadali da će nam doći bolji i viši junak nego ti što si...“ Na to Kanjoš odgovara: „Moja gospodo, bolji i viši podoše boljijema i višijema, a ja jedva vas dopadoh!“ (Ognjenović 1993, 114). Književna kritika ističe njegovu komiku i kritički duh.

Izdvojimo autorova ostala djela, priče „Nekrolog Njegošu“ (1851), „Skočiđevojka“ (1873), „Kako Crnogorka ljubi“ (1878) i „Pričanja Vuka Dojčevića“ (1879). Mnogi slavisti širom svijeta izučavaju govor u njegovim djelima, kao i upotrebu majstorskog korišćenja narodnog jezika i ističu da je jedan od najvećih južnoslovenskih pisaca duge polovine XIX vijeka.

U Budvi je podignut spomenik Stjepanu Mitrovom Ljubiši 1934. godine, rad slovenačkog i jugoslovenskog vajara Lojza Dolinara. Nagrada

za književno stvaralaštvo festivala Grad teatar Budva nosi ime Stjepana Mitrovog Ljubiše.

Predstava *Konte Zanović* nastaje na temelju osobene ličnosti Budvanina Stjepana Zanovića, koji je svojim djelom i životnim prilikama, kao i kasnijom inspiracijom drugih autora do današnjeg dana ostao intrigantna figura budvanske i crnogorske kulturne istorije. Radmila Vojvodić na tim temeljima potpisuje dramaturšku obradu djela Vladimira Sekulića i režira predstavu *Konte Zanović* (1995) na Citadeli, jednoj od ključnih scena prve decenije festivala. Priča iz XVIII vijeka činila se važnom da bude ispričana kako na koncu XX, tako i nakon prve decenije XXI vijeka, u koprodukciji budvanskog festivala sa Crnogorskim narodnim pozorištem (2011). Putovanja Stjepana Zanovića koja su uvijek negdje iznad, priča je univerzalnog karaktera kako Evrope XVIII vijeka, tako i ove današnje. Nemirni duhovi, ljubavne afere, impresivna lista ličnosti koje Zanović ima u svom iskustvu, pitanja što je stvarno, a što fiktivno, i sve to gledano kroz prizmu političkih prilika ili neprilika, čini Stjepana Zanovića junakom koji iz jedne male kulture može da se poredi sa junacima, kako stvarnim, tako i imaginarnim koji dolaze iz velikih evropskih kultura.

Raskošna biografija Stjepana Zanovića (1751–1786) svjedoči kroz putovanja i veze koje je gradio ili maštao da je riječ o velikom Evropljaninu svoga doba. Stjepan Zanović, ponovimo još jednom, živio je između fikcije i stvarnosti kako u literaturi koju je stvarao, tako i u životu. U neku ruku crnogorska verzija Molijerovog Don Žuana, a volio je da ističe da je bio i savremenik Voltera i Rusoa. Rabio je izmišljena imena – od hodočasnika Warte do albanskog prijestolonasljednika. Predstavljao se Šćepanom Malim, potomkom Skener-bega Kastriotića. Pisao je drame, pjesme, pisma, povijesne spise i filozofske tekstove na latinskom, francuskom, njemačkom i talijanskom jeziku, i za života je objavio brojne knjige (Franić Tomić, Novak 2016, 320). O njemu je pisala tadašnja evropska štampa i, kako se ističe, ovaj „fascinantni pustolov XVIII vijeka, porijeklom s naših prostora, koji je u svojim brojnim zamršenim poetskim, poslovnim i ličnim

avanturama pronosio ime Crne Gore po evropskim dvorovima i salonima u kojima je rado viđen i visoko cijenjen gost“ (Tatar Anđelić 2016, 173).

Rediteljka Radmila Vojvodić ističe njegovo herojstvo – „on je stalno negdje iznad i ja mislim da je on pravi pozorišni heroj“ (Vojvodić 1998). Uspjeh predstave je to dokazao, sa maestralnim Draganom Mićanovićem u ulozi kontea Zanovića u dvije različite verzije istoimenog komada. Stilizovani kaleidoskop raskošnih scenskih prizora kako je kritika ocjenjivala predstavu ili njena mediteranska koloritnost samo je dio refleksije na predstavu koja je ostavila značajan trag u savremenom crnogorskom pozorištu.

I Kanjoš Macedonović i Stjepan Zanović su junaci igre koja je magijom pozorišta unijela duh života kako u zidine obnovljenog Starog grada Budve, tako i njene okoline od kraja osamdesetih godina XX vijeka, kada je nastala ideja da Budva postane Grad teatar. Ambijentalni teatar koji je uspostavljen i koji je kasnije preživljavao krizu usljed urbanizacije grada, dodatno može biti razlog da se u memoriju grada utka artefakt koji podsjeća na dramske i pozorišne junake koji su znakoviti junaci njegove istorije, bilo stvarne bilo imaginarne. Takva galerija likova i junaka sigurno predstavlja izazov da bude trajno unijeta u kulturu jednog grada.

Predmet analize i materijal za izgradnju novih artefakata na osnovu odabranih predstava, kao i na osnovu šireg pristupa istraživanju života i djela dva znamenita Budvanina, Stjepana Mitrova Ljubiše i Stjepana Zanovića, kao i dramskih likova nastalih u djelima savremenih autora, može da uključi različite aspekte, poput:

- književna i dramska djela Stjepana Mitrova Ljubiše i Stjepana Zanovića, kao i dramske tekstove na kojima nastaju predstave, autorki Vide Ognjenović i Radmile Vojvodić. Mnogi slavisti širom svijeta izučavaju govor u njegovim djelima, kao i upotrebu majstorskog korišćenja narodnog jezika i ističu da je jedan od najvećih južnoslovenskih pisaca duge polovine XIX vijeka. Citati iz književnih djela i dramskih tekstova mogu biti predmet

- uredničkog odabira i građa za kreiranje novih sadržaja, odnosno artefakata koji ulaze u polje kreativnih industrija;
- elemente scenografije i kostima predstava sa fokusom na primjerima estetizacije motiva, citata nacionalnog i prožimanja međukulturnih uticaja;
 - fotografije iz predstava, audio i video zapisi kao elementi savremenih instalacija ili građa za digitalizaciju arhiva koja može biti dostupna javnosti kroz kreiranje multimedijalnih sadržaja dostupnih preko QR kodova, i
 - na temelju predstava kao i šireg aspekta predmetnog istraživanja, može se razmišljati o animacionim programima i sadržajima koji referišu na prikaze tradicijske kulture, života i običaja budvanskog područja.

Na osnovu postavljenih uvodnih elemenata u ovom radu, kao i kroz analizu odabranih studija slučaja, proizilazi ili se otvara mogućnost / projektna ideja da festival Grad teatar Budva predstavlja značajan potencijal za novu produkciju sadržaja koji može nastati kao refleksija na festivalske produkcije i koprodukcije koji uže pripadaju lokalnoj kulturnoj istoriji Budve i njene okoline, kroz naslove, autore i izvođače koji su kreirali autentičnost mjesta.

Arhiv praižvedbi koje referišu na kulturnu istoriju grada i koje su označitelj njegovog identiteta predstavlja značajan broj produkcija koje mogu biti predmet razvoja projekta kreativnih industrija u pozorištu. To nijesu samo odabrane predstave *Kanjoš Macedonović* i *Konte Zanović*, već i znatno širi repertoar, *Don Krsto* ili *Skočiđevojka*. Zatim predstave koje su otvarale važne teme potisnute istorije, kao predstava *Montenegrini*, ili su pak ulazile u poznate teme i mitove, ali sa novim umjetničkim čitanjima – *Lažni car Šćepan Mali* i *Banović Strahinja*. Možemo govoriti i o predstavama svjetske dramske baštine, predstavama izuzetne atrakcije koje su emanirale ideju grada kao teatra – *San ljetnje noći*, *Hamlet*, *Leons* i *Lena*. Memorija na grad i teatar izlazi iz okvira

ovog rada u kome se mapira samo mali dio nasljeđa. Za kraj dodatno prizovimo „još materijala“. Plaža Ričardova glava nije sada samo jedna velika terasa, ona je sigurno ostala u sjećanju gledalaca zahvaljujući izvedbi *Orestije* Teatra Pralipe, ili neko možda još vidi i čuje *Don Žuna* na Drobnom Pijesku. Memorija je važna i za nove generacije koje takođe mogu/treba da znaju priče o ličnostima i događajima na kojima počiva lokalni, nacionalni i evropski kulturni identitet.

BIBLIOGRAFIJA

Literatura

- Franić Tomić, V., Prosperov Novak, S. 2016. *Zlatna knjiga bokeljskih književnika*. Zagreb: Lilliput Planet.
- Holden, J. 2016. *Budućnost kulturne vrijednosti*. Zagreb: Akademija dramskih umjetnosti.
- Ivanišević, N. 2020. *Razbijeno zrcalo: Decentralizacija kulturnih politika na hrvatski način*. Zagreb: Leykam international.
- Jelinčić, D. A. 2008. *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meander.
- Lajak, P. 2000. „Šalon na ulici“. U: *Urbani spektakl*, 73–99. Beograd: Clio: Yustat.
- Ljumović, J. 2020. *Pozorište kao kapital*. Podgorica: Matica crnogorska.
- Medigović Stefanović, M. 2018. „Pismenost i književnost Paštrovića u svetom i profanom prostoru“, 109–163. U: Samardžić, N., Medigović Stefanović, M., Medin, D., Marjanović, Z. *Kulturna istorija Paštrovića*. Beograd: HERAedu.
- Ognjenović, V. 1993. *Kanjoš Macedonović*. Podgorica: Oktoih; Zemun: Trag.
- Pavis, P. 2021. *Rečnik izvođenja i savremenog pozorišta*. Beograd: Clio: Bitef teatar.
- Ričards, G., Palmer, R. 2011. *Uzbudljivi gradovi: kreativni menadžment i revitalizacija grada*. Beograd: Clio.
- Simović, Z. 1998. „Pozorište 1989“. U: *Grad teatar Budva: 1987/1996: Prvih deset godina*. Budva: Grad teatar.
- Smit, T. 2013. „Bilbao afekt: kultura kao industrija“. U: *Savremena umetnost i muzej: Kritika političke ekonomije umetnosti*, 245–271. Beograd: Muzej savremene umetnosti.
- Stojković, B. 2002. *Identitet i komunikacija*. Beograd: Čigoja štampa: Fakultet političkih nauka.
- Šakaja, L. 2015. *Uvod u kulturnu geografiju*. Zagreb: Leykam international.

Tatar Anđelić, J. 2018. *Nouvelle Revue i Crna Gora 1879–1918*. Cetinje: Fakultet za crnogorski jezik i književnost.

Elektronski izvori

Dom Marina Držića. <https://muzej-marindrzic.eu> (pristup: 2. 5. 2022).

Grad teatar Budva. <https://gradteatar.me> (pristup: 2. 5. 2022).

„Krljezin svet u pokretnoj kocki“. *Politika*. <https://www.politika.rs/sr/clanak/142588/Kulturni-dodatak/Krljezin-svet-u-pokretnoj-kocki> (pristup: 3. 5. 2022).

Shakespeare's Globe. <https://shop.shakespearesglobe.com/> (pristup: 2. 5. 2022).

MAPPING CULTURAL GEOGRAPHY THROUGH DRAMATIC AND THEATRICAL HERITAGE: THE POTENTIAL OF THE BUDVA THEATRE CITY FESTIVAL IN THE FIELD OF CREATIVE INDUSTRIES

Abstract. *The part of the repertoire of the Theatre City Festival in Budva based on dramatic texts related to local cultural history holds extraordinary potential for the creation of content in the field of creative industries. Such content was one of the key elements in the creation of the festival's identity. These plays have become embedded in the community's memory – they are a gallery of real and imaginary heroes (Kanjoš Macedonović, Konte Zanočić, Don Krsto, Jegorov put, Skočidevojka, etc.). Mapping the spaces of these performances also speaks of the living places of social dynamics. By developing projects which produce a culture of memory in the field of creative industries, such spaces can be made into places that materialize the memory of their heroes. In this way, an innovative cultural geography can be created through the use of design, multimedia, photography, as well as publishing production through the creation of artifacts that represent the merchandising production (program) of the festival itself. The creation of products based on the works of artists and creative entrepreneurs who interpret the dramatic and theatrical heritage*

of the festival can be driven by cultural and economic aims. Such new products can be placed in a public space, but more importantly, they can be the subject of distribution and sale in the art souvenir market, as examples of a unique and innovative artistic offer.

Keywords: *cultural history, dramatic heritage, theater production, cultural geography, culture of memory, creative industries, merchandising*